

스타벅스 “바리스타 1600명 채용... 임금체계 개선 검토”

파트너 근로환경 개선안 발표

연말까지 전국 단위 채용
대표 파트너 규모 확대
휴게공간 리뉴얼 가속

스타벅스가 파트너들의 단체 행동 열흘만에 근로환경 개선안을 내놨다.

스타벅스커피코리아(스타벅스)는 올해 연말까지 바리스타 채용을 확대하고 파트너를 위한 근무 환경 개선을 가속화한다고 17일 밝혔다.

우선 지역별로 진행하고 있는 상시 채용 외에도 전국 단위 채용을 확대하여 인재 확보 및 매장 운영에 효율성을 제고할 방침이다. 이번의 채용 규모는 1600여명으로 신세계 채용 사이트를 통해 10월 22일부터 지원할 수 있다.

그동안 각 지점의 파트너가 부족할 때마다 사람을 뽑는 상시 채용을 해왔던 스타벅스가 전국 단위 채용에 나선 것은 이번이 처음이다. 이번 채용으로



스타벅스가 오는 22일부터 1600명 규모의 공개 채용을 진행한다. 사진은 근무인원의 50%가 장애인파트너로 이루어진 서울대치과병원점 파트너들 모습. /스타벅스커피코리아

과부화가 걸린 매장운영에 숨통이 트일 것으로 기대하고 있다.

현재 스타벅스 바리스타 시급은 9200원으로 주휴수당을 포함한 시간제 월급여에 연장, 심야, 휴일 근무 등 근태 수당은 별도로 지급된다. 그렇지만, 업무 능력에 따른 인센티브가 절대적으로 부족하다는 지적이 제기되어 왔다.

사측은 인원 채용과 더불어 매장 관

리자 및 바리스타의 임금체계 개선을 검토하고 있으며, 여기에는 바리스타의 근속 및 업무역량 등을 고려한 시급 차등, 매장 관리자 임금 인상, 인센티브 운영 기준 개선 등이 포함될 예정이다.

또한 계절별 프로모션이나 신제품 런칭 시 시간대 및 매장 규모에 따른 세부적인 방문 고객수/매출 예상 등이 코로

나 확산 및 불확실한 대내외 변수 등으로 인해 정확하지 못해 매장 파트너들의 혼선과 업무가 과중 되었다고 판단하고, 이를 극복하기 위한 전사적인 TF를 운영할 예정이다.

파트너 대표 기구인 ‘파트너행복협의회’ 위상도 강화된다. 지역별로 선출된 60명의 대표 파트너 규모를 늘려 전국 매장 파트너의 소통 창구를 다양화함과 동시에 현장의 의견을 경청하고 개선 방안을 즉각적으로 실현할 수 있는 전사적인 권한과 예산을 대폭 증대할 방침이다.

매장 내에 사무 업무 및 파트너들의 휴게 공간 리뉴얼 작업도 적극적으로 가속화한다.

스타벅스는 이미 2019년부터 신규매장에 새로운 휴게공간을 도입하고 있으며, 기존 매장은 2020년부터 리뉴얼을 통해 지속적으로 개선 적용해 오고 있다. 현재 신규점과 리뉴얼 매장을 포함해 현재까지 새로운 휴게 공간이 조성된 매장은 전체 운영 매장의 35% 규모

인 총 560여 개 매장으로 파트너 전용 냉장고와 전자레인지, 소파, 테이블 등이 비치되어 있다.

나머지 매장에 대한 휴게 공간 개선 속도를 높이기 위해 10월중 전체 매장 대상으로 현황 조사를 완료하고, 내년 중으로 모든 매장의 휴게 공간 교체를 완료할 계획이다. 매장 공간 구조상 휴게 공간 확장이 어려운 경우는 건물 내 별도 장소를 통해 조성한다는 방침이다.

아울러 10월중 조직개편을 통해 채용을 전담하는 ‘인재확보팀’ 및 매장 환경을 전담하는 ‘F&E팀’을 신설해 휴게 공간 개선에 집중하는 등 파트너 근무 환경 개선에 박차를 가할 방침이다.

앞서 지난 7~8일 스타벅스 파트너들은 단체 행동인 트러시위를 전개해 눈길을 끌었다. 당시 파트너들은 ‘리유저블 컵데이’ 행사를 비롯한 프로모션으로 인해 근무환경이 악화되었다며 업무 환경 개선을 요구했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

오비맥주-11번가, ‘카스 0.0’ 라방 진행

20시 부터 ‘카스 0.0’ 소개
MZ세대 소비자 소통 강화
뮤음특가·한정판 등 구성

오비맥주는 카스가 11번가와 손잡고 브랜드 최초로 라이브 방송을 통해 ‘카스 0.0’을 판매한다고 17일 밝혔다.

카스0.0는 새로운 유통채널로 부상한 라이브커머스를 통해 단순한 구매 활동을 넘어 쇼핑의 재미와 간접 경험을 선호하는 MZ세대 소비자들과 소통하고, 접점을 확대해가고자 이번 라이브 방송을 마련했다.

18일 저녁 8시부터 진행되는 11번가 모바일 앱 내 라이브 방송 채널 ‘Live 11’에는 인기 방송인 최희가 쇼호스트로 등장해 카스 0.0를 소개하며, MZ세대 소비자들과 소통할 예정이다. 라이브 방송에서는 ‘카스 0.0 330ml, 24캔 묶음’을 특가로 판매하고, ‘카스 0.



오비맥주 ‘카스 0.0’이 18일 라이브커머스를 진행한다. /오비맥주

0 330ml, 7캔과 전용잔 1개’로 구성된 한정판 패키지도 선보인다.

이번 11번가의 라이브 방송을 통해 구매할 경우 카스 0.0 재구매 시 사용 가능한 11번가 3000원 쿠폰을 선착순으로 증정한다. 또한, 11번가 모바일 앱에서

구매 후기나 댓글로 카스 0.0 구매 인증을 한 소비자를 대상으로 50명을 추첨해 캠핑 테이블 버킷을 증정하는 이벤트도 진행한다.

카스 0.0는 일반 맥주와 같은 원료를 사용해 동일한 발효 및 숙성 과정을 거친다. 마지막 여과 단계에서 ‘스마트 분리공법’을 통해 알코올만 추출한다. 단순히 맥주 향을 첨가한 것이 아니기 때문에 비알코올 음료지만 오리지널 카스 특유의 짜릿하고 청량한 풍미가 살아있다.

카스는 디자인, 원재료, 공법 등에 혁신적 변화를 도입한 ‘올 뉴 카스’, 고발효 공법으로 카스 프레시 대비 칼로리를 33% 낮춘 ‘카스 라이트’, 스마트 분리 공법을 통해 맥주 고유의 짜릿하고 청량한 맛을 그대로 살린 비알코올 음료 ‘카스 0.0’ 세 가지 제품 라인업을 선보이고 있다. /신원선 기자

풀무원-자담치킨, 건강 메뉴 개발 맞손

건강음료 등 다양한 메뉴 개발 협력

풀무원이 치킨 프랜차이즈 자담치킨과 업무협약(MOU)을 체결하고 건강한 메뉴 개발에 함께 나선다.

풀무원 계열 식자재 유통기업 풀무원푸드머스는 자담치킨을 생산하는 웰빙푸드와 14일 경기도 고양시에 위치한 자담치킨에서 상생협력 업무협약식을 갖고, 건강한 식자재 제공 및 공동 메뉴 개발을 위한 협약을 체결했다고 17일 밝혔다.

양사는 최근 코로나19로 배달 음식에 대한 수요가 증가함에 따라 보다 소비자들이 건강하게 즐길 수 있는 제품 제공이 필요하다는 것에 인식을 같이하고, 건강한 메뉴를 공동 개발하여 선보이는데 함께 협력하기로 했다.

협약에 따라 양사는 ▲공동 제품 기획 및 개발 ▲풀무원 생산, 공급 제품을 자담치킨 가맹점 및 고객에게 판매 ▲



풀무원푸드머스와 웰빙푸드 상생협력 업무협약식. 풀무원푸드머스 윤희선 대표(왼쪽)와 웰빙푸드 나명석 회장(오른쪽)이 업무협약서에 서명하고 기념촬영을 하고 있다. /풀무원

상호 협의를 통해 공동 마케팅 활동을 하게 된다.

풀무원은 이번 협약을 계기로 다양한 제품들을 개발하여 자담치킨 가맹점에 공급할 예정이다. 치킨과 함께 즐길 수 있는 건강음료에서부터 시작해 여러 메뉴들을 함께 개발해 소비자들의 선택의 폭을 넓히면서 건강에도 이로운 메뉴 개발에 참여한다. /신원선 기자

호텔신라 ‘온 유어 신라스테이’ 객실 1만개 판매

MZ세대 이용률 증가... 호실적 달성

호텔신라의 비즈니스 호텔 신라스테이의 ‘온 유어 스테이, 온 유어 라이프’ 패키지가 MZ 세대의 이용률 증가로 출시 한달 만에 약 1만개(객실 수) 이상 판매되는 호실적을 보이고 있다.

네 번째 시즌을 맞는 ‘온 유어 신라스테이’ 시즌4의 ‘온 유어 스테이, 온 유어 라이프’ 패키지는 신라스테이 대표 상품으로, 특히 올해는 MZ 세대를 겨냥한 상품 구성이 좋은 반응을 얻고 있다.

신라스테이는 자체 조사결과 ‘온 유어 신라스테이’ 시즌4 예약 고객 중 홈페이지를 통해 예약한 20~30대 고객 증가는 전년 대비 10% 정도 증가했다

고 17일 밝혔다. OTA 채널 등 외부채널로 예약한 고객까지 고려하면 MZ세대 이용률 증가는 그 이상일 것으로 보인다.

MZ 세대가 규칙적인 습관으로 건강한 일상을 가꾸는 라이프 스타일인 ‘리추얼 라이프’ 트렌드를 적극 따르는 것을 감안해 이를 콘셉트화 한 것이 인기의 비결로 분석된다.

파격적인 혜택도 한몫하고 있다. 전국 13곳 신라스테이를 이용할 수 있는 ‘1000시간 이용권’이라는 혜택과 함께 삼성 홈피트니스 6개월 강습권을 비롯, 쉐시믹스 10만원 상품권, 조식 뷔페 이용권 등 총 3억1000만원 상당의 이벤트를 진행 중이다. /원은미 기자 silverbeauty@

무신사 스탠다드 힛탠다드 100원 이벤트

무신사 스탠다드가 겨울 맞이 ‘80만 대국민 힛탠다드 100원 이벤트’를 진행한다고 17일 밝혔다.

이번 힛탠다드 100원 이벤트는 구매 금액에 상관없이 무신사 스탠다드 상품 1개를 구매하면 기능성 발열 내의인 힛탠다드를 100원에 살 수 있는 기회다.

지난해 50만 고객을 대상으로 진행됐던 이벤트는 1차 물량이 3일 만에 완판될 정도로 인기를 얻은 바 있다.

무신사 스탠다드는 힛탠다드에 대한 고객 성원에 보답하기 위해 올해 판매 수량을 80만장까지 확대했고, 재고 소진 시까지 이벤트를 진행할 계획이다. /원은미 기자

“나이키 조던1’, 1000원에 득템하세요”

신세계면세점 24일까지 래플 이벤트

신세계면세점이 올해 하반기 가장 주목 받은 스니커즈를 단 1000원에 득템할 수 있는 ‘래플’ 이벤트를 18일부터 24일까지 진행한다.

이번 이벤트는 무신사의 한정판 마켓 ‘솔드아웃’과 손잡고 진행한다. 래플은 무작위 추첨을 통해 당첨된 사람에게만 구매 자격을 주는 판매 방식이다. MZ세대에게 큰 인기를 끌고 있으며 신세계면세점도 앞서 진행한 4월 오프하이 트 한정판 스니커즈 래플 이벤트를 열어 큰 호응을 얻었다.

당시 이벤트 참여자의 약 80%가 신세계면세점 신규 가입자였으며, 평균 신규회원 유입 대비 3배에 달하는 수치

를 기록했다.

오는 18일부터 24일까지 진행되는 이번 래플에서는 올 하반기 동안 가장 많은 주목을 받은 스니커즈 6종을 선보인다.

세계적인 래플 트레이비스 스카트와 유명 디자이너 후지와라 히로시가 나이키와 만든 한정판 ‘조던1 하이/로우 스카트 프라그먼트 밀리터리 블루’를 비롯해 ‘나이키 덩크 로우 오프 화이트 로트 18’, ‘나이키 SB 덩크 로우 프로 파라 맵스트랙트 아트’ 등이다.

이번 래플 이벤트는 신세계면세점 온라인 및 솔드아웃 회원이면 누구나 참여 가능하다.

당첨자는 29일에 개별 공지하며 총 14명을 추첨을 통해 선정한다.

/김서현 기자 seoh@